

企画作りの ガイドブック

少ない
フォロワー
でも可能

総文字数
1万字
超え

ストーリー作りとシナリオ設計

インプ 6.5 万

特別
大公開

124 新規リスト増加

参加人数 359 名超え

フリスクです。

以下、本レポートの感想になります。(一部)

フリスクさん、こんばんは🙇‍♀️

感想がだいぶ遅くなってしまったのですが
とても素敵なコンテンツでしたので
送らせてください🥺✨

"シナリオ"を描くって
なんとな〜くのイメージはついたので、

フリスクさんのPDFを
読ませて頂いて、企画に対する
解像度がかなり高まりました！！！！

映画やアニメでの例えが
ものすごく分かりやすくて

一時的ではなく、見続けてもらう
為には
こうしていけばいいのか〜！
本編に興味がなくとも見てしまう
のは
そういう原理だったのか〜と
とても納得させられました。

そしてそれをXの企画で
できている人は本当に少ないと感じ
しました。

私は自分の世界観を企画でも
感じてもらうために"一貫性"は
意識していたのですが

企画の全体的なコンセプト
シナリオを描くというところまで
考えられていなかったので

今回企画に参加させて頂けて
よかったです🥺✨とても勉強に
なりました。

しっかり文脈や背景をつくって、
企画に参加してもらう意図を
考えていきます。

フリスクさんのお陰で
これから企画を打つのが楽しみです！
✨

企画の一つ一つも資産につながる
し
私の企画だから参加したいと
思ってもらえる企画にしたいと
改めて思いました。



はた 

@Hatachi20Fx

...

知らなかった情報が満載でした。
シナリオ作り、導線設計の重要性
そこからの展開でできるたくさんのマネタイズ方法
タスクに追われる毎日の時短技とマネタイズ法

フリスクさん頭いい
きっと整理整頓もお得意。自分の
頭の中がとっちらかっていることがよくわかりました 
2週目はメモを取りながら読みます。
永久保存したいコンテンツを
拝見させていただきありがとうございました



ねこらふ@愛猫と24時間一緒に在宅ワーク実現中

@nekozaitakuwork

...

拝見させて頂きました！

フリスクさんの文章は、とても読みやすく、スラスラと読ませて頂きました！

シナリオ設計術、たしかに意識したことはありましたが、ここまで言語化されたコンテンツははじめてよみました

無料配布企画のストーリー作り、これから無料プレゼントのとき気をつけようと思います



chouja

@chouja77

...

@clean_011 さんの無料プレゼント！ブランド構築の極意がギュッと詰まった濃い内容で、単発の盛り上がり終わらせない秘訣も伝授。成功した企画の分析方法から今後に活かす戦略的意思決定まで実例を踏まえて解説してくれて本当に参考になる。ビジネス成長に本気の方は絶対に見る価値あり！

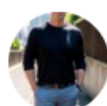


さく

@infobusiness206

...

1回目では理解できなかったのですが、一つ一つ情報を整理しながら3回読んだらフリスクさんの意図が理解できました。ここまで考えて企画をやっていたのかと感心させられました。またこのレポートを基に他の販売者の企画とかを分析すると、これまでとは違った発見を得られそうです。ありがとうございました



yujiro220

@yujiro220

...

公開していいのかなと思うほどの有料級情報です！
企画を始めるときに、初心者はどうしてもその内容ばかりに注視しがちですが、それ以前のシナリオに人を引き込むことが重要なんですね。
最終的な目標に至るために個々の企画があるということを徹底してこそ、企画も意味を持つものになるわけですね。

本レポートでは、

- ・ 無料プレゼント配布企画を連続成功させる為に必要な“シナリオの描き方”
- ・ 『絶対的なブランド構築』に必要な施策
- ・ “単発の企画”が盛り上がっても積み上がらない根本的な理由
- ・ 企画後の結果からの次の施策の決め方、何倍ものレバレッジが効く意思決定の仕方

などを解説していきます。

2024年に入ってからXで無料プレゼント配布企画を3回やったのですが結果は以下の通りです。

※以下の企画は、現在終了しております。

●1回目 (1月10日の配布企画)

インプ：28,318

受け取り人数：154

リプ：104

プロフアクセス：212

いいね：145

引用RT：22

RT：25



フリスク 静かにライティン @cl · 1月10日



1万2000字レポートを無料配布。

『少ないアクセスでも毎日リストを獲得し、高単価商品を目立たずリピート成約させるライティングの実践書』...

[このスレッドを表示](#)



169



47



104

インプレッション数 ⓘ

28,318

エンゲージメント ⓘ

1,619

詳細のクリック数 ⓘ

857

新しいフォロワー数 ⓘ

12

プロフィールへのアクセス数 ⓘ

212

●2回目 (1月22日の配布企画)

インプ：24,936

受け取り人数：101

リプ：77

プロフアクセス：125

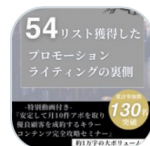
いいね：145

引用RT：36

RT：18



フリスク 静かにライティン @cl · 1月22日



約1万字レポートを配布します。

準備3日間ほどで参加人数130名超え、
新規54リストを獲得した
"プロモーションライティング"...



145



54



77

インプレッション数 ⓘ

24,934

エンゲージメント ⓘ

1,181

詳細のクリック数 ⓘ

691

新しいフォロワー数 ⓘ

4

プロフィールへのアクセス数 ⓘ

125

●3回目 (3月4日の配布企画)

インプ：11,951

受け取り人数：104

リプ：82

プロフアクセス：67

いいね：139

引用RT：22

RT：20



フリスク 静かにライティン @clk · 3月4日



1万1606字レポートを無料配布します

～集客労働地獄からの解放～
『文章での価値の生み出し方と...』



139



42



82

インプレッション数 ⓘ

11,947

エンゲージメント ⓘ

992

詳細のクリック数 ⓘ

554

新しいフォロワー数 ⓘ

5

プロフィールへのアクセス数 ⓘ

67

3回合わせて合計で

- ・ 6.5万インプ
- ・ 124新規リスト増加
- ・ 参加人数359名

という結果に。

すべての配布企画で毎回1万インプ、
受け取り人数100人を超えています。

無料プレゼント配布企画で僕よりも
もっとインプ多い人とかいますが

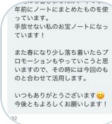
2024年に入って3回実施した配布企画は

- ・ 300フォロワーの弱小
- ・ 顔出しなしの文章のみ
- ・ 2〜3日で作成
- ・ 毎日更新せず

という状態でスタートしたので
かなり良い数字かなと。

で、配布企画を実施したからか明らかに
普段のXのポストもインプやエンゲが
底上げされているのを実感してます。

**フリスク**  静かにライティン  @cl · 1月23日



X運用にリソース割くのも大事だけど、
それ以上にコピーライティング学んだ
ほうが**破壊的に利益出る**。

コスパが超いい。...

**24**

**4**

**0**

インプレッション数 ⓘ
3,663

エンゲージメント ⓘ
196

詳細のクリック数 ⓘ
144

新しいフォロワー数 ⓘ
0

プロフィールへのアク
セス数 ⓘ
16

**フリスク**  静かにライティン  @cle · 3月1日

SNSでまだ実力とか実績ないないから当たり障りの
ないことしか書けない、発信できないっていう人多
いけど

DRMはそもそもペルソナに刺さるかどうか全て...

**35**

**6**

**1**

インプレッション数 ⓘ
3,574

エンゲージメント ⓘ
294

詳細のクリック数 ⓘ
236

新しいフォロワー数 ⓘ
0

プロフィールへのアク
セス数 ⓘ
16

17:36 · 2024/02/06 · **1608** 回表示

2 Reposts 2 件の引用

15 件のいいね 13 件のブックマーク

16:55 · 2024/02/15 · 2032 回表示

1 Repost 1 件の引用

34 件のいいね 21 件のブックマーク



フリスク 静かにライティングで仕組... ...
@clean_011

リストの質が低いのは、自分の文章に問題があるのであって、すべて自己責任。

だからどれだけフォロワー増やしたり集客がんばっても雀の涙程度の金額しか売れず、高単価商品は見向きもされなくなる。

集まる人の質＝自分の発信の質。

12:44 · 2024/01/13 場所: Earth · 2446 回表示

アナリティクスを表示

2 Reposts 1 件の引用

28 件のいいね 1 件のブックマーク



フリスク 静かにライティングで仕組... ...
@clean_011

固ツイで配ってる1万字レポートはかなり余裕もって1〜2日で執筆したけど、コンテンツは呼吸するように作り続けるべし。稼いでる人と稼げてない人との決定的な違いは、完成されたコンテンツの量。コンテンツを作ってこそ仕事。SNS触るのを仕事という基準値でいるから永遠に仕組み化もできないのです

10:29 · 2024/01/23 場所: Earth · 1786 回表示

アナリティクスを表示

1 件の引用 15 件のいいね 1 件のブックマーク

ちなみに少し前から言ってますが、
僕のファネルのリスト単価は『約3万』なんですが
(調子良いと4万近くいきます)

上記で書いた新規のリスト獲得数を見れば
このアカウント“だけ”の収益の予想は
ある程度つくかなと。

多くの人は無料プレゼント配布企画が
“一過性” になってます。

その企画だけ、その瞬間だけバズって
終わりだからその後の発信とか
見られなくなるんです。

この原因は配布企画の前に
『シナリオを描く』ことを
してないからです。

準備の段階で大局的なシナリオを
描いてないから、単発で盛り上がって
終わってしまうんです。

無料プレゼント配布企画とかで
成功させるために

「タイトルを真剣に考えましょう！」

「メリットを分かりやすく訴求してますか？」

「冒頭のリード文に命かけるべきです！」

「何回も告知して気付かせましょう！」

とかよく言われますが、
こんなのは枝葉中の枝葉です。

この人の文章読みたい、
もっとこの人の思考に触れていたい、

って思われたらよほど変なキャッチコピー
とかテーマじゃない限り、

ずっと読まれるしコンテンツも
受け取り続けてもらえます。

人気漫画と同じです。

内容がおもしろくて魅力的だったら
続きをまた読もうって思うはずです。

今回伝える『シナリオ』はストーリーと
似てますが、もっと大きな概念です。

シナリオ

配布企画A ——— 配布企画B ——— 配布企画C . . .



ストーリー (具体的なプロセス、内容)

こちらの画像のように
シナリオで大まかな流れを描くことで

企画A、企画B、企画Cが

“一つのストーリー”

として連動されます。

だからずっと自分のコンテンツ (世界) に
入ってもらえて読み続けられます。

まず『全体を俯瞰をした上』でシナリオを
考えて、その後一つ一つの企画に
落とし込むという感じですね。

例えば、マーベル映画の『アベンジャーズ』は
世界平和のためにそれぞれ違う特殊能力をもった
ヒーローたちが協力して戦うっていう話なんですが、



アベンジャーズの全体のシナリオが存在していて、

その中で独立された作品がいくつかあり
すべて話がストーリーとして繋がってますよね。

スパイダーマンとかアイアンマンとか。

すべてのストーリーが **“同じ世界感を共有”**
しているからこそ、

「あの作品に出てきたハルクの事気になるから、
ハルク単体の映画も観てみるか」

みたいに気になって同じシリーズの別の作品を
観てみようと思ってもらえるんですよ。



すべて話や世界観が連動しているので、
ずっと昔の過去の作品であっても興味を
持って見られるっていうメリットもあります。

そしてSNS (Xなど) でシナリオを描くのは
大きく分けて以下の2つになります。

- ① 誰かに絡んだり交流して流れを生む
- ② 情報発信 (企画) で流れを生む

だいたいどちらかのパターンが多いです。

①の場合は色んな人とリプしたり引用RTをし合ったりして“盛り上がり感”を演出して、

「こういう質問がきたので」

「こういう悩みが多いので」

「だからこういうコンテンツ公開します」

みたいな感じで流れを生むケースが多いです。

②の場合はどちらかというと、
きちんと自分の**縦のファネル** (公式LINEやメルマガ)
の中で流れを作っていくやり方です。

僕が2024年に入って3回
無料プレゼント配布企画を実施した時は
②の方を特に意識してシナリオを描きました。

イメージ湧かないと思うんで、
僕が実際に行った配布企画 (A～C)
のシナリオを具体的に書いていきます。

要点だけ抑えて流れを説明しますが
“**すべて読まないと理解ができない**”ので
流し読みせずにしっかりと読んでもらえたらなと。

ただ完璧に理解できなくても大丈夫なので
流れや雰囲気を感じてもらえればOKです。

ではいきます。

●1回目 (1月10日配布のレポートの内容)



フリスク / 静かにライテ... 2024/01/10

1万2000字レポートを無料配布。
『少ないアクセスでも毎日リストを獲得し、高単価商品を目立たずリピート成約させるライティングの実践書』
現時点で270フォロワー
しかいないこの弱小アカだけでも
1日1〜2リストを
安定して獲得できてます。
リスト単価3万なので、
30リスト獲得するだけで... [さらに表示](#)

少アクセス ×
ライティング
実践書 
リスト単価 3万 

毎日リスト増加し、
高単価商品を“目立たず”
リピート成約させる秘訣

総文字数12,000字以上

極意

104 47 169 2.8万

(公開前の配信の要点)

「情報発信ビジネスって～～っていう理由で最強だよね」

「文章のみでリスト単価3万のファネル構築したけど何を意識したのかを読者さん限定で配布しますね」

「読者さんに配布したら反応良かったのでXでも配布します」

↓

(レポートの中身)

「文章で表現しないといけないのは相手の世界を広げること、パラダイムシフトを起こすことです」

「伝言ゲームみたいに同じようなこと言っても本当の意味で価値提供にならないよね」

「自分でルール、世界を作る必要あるよね」

●2回目 (1月22日の配布のレポートの内容)



フリスク 静かにライテ... · 2024/01/22 ...

約1万字レポートを配布します。
準備3日間ほどで参加人数130名超え、
新規54リストを獲得した

"プロモーションライティング"

- ・場の理論
- ・地上での戦争と地下での王国
- ・情報空間の形成 -Quality-
- ・座標の移動とエネルギー

この辺りの視点で

プロモーションを綴ったレポート。... [さらに表示](#)

3日で静かに
54リスト獲得した
プロモーション
ライティングの裏側

累計参加数

130名
突破

-特別動画付き-
『安定して月10件アポを取り
優良顧客を成約するキラー
コンテンツ完全攻略セミナー』

約1万字の大ボリューム

💬 77

🔄 54

❤️ 145

📊 2.4万

📌

「前回 (1月10日) のレポート配布企画の
数字、結果は～～でした」

「普段、企画を打つときに意識してるのは
オープンコミュニティとコアコミュニティを
循環させることです」

「既存読者さん、購入者の方と長期的な関係を
築くことで結果的に集客力上がるんです」

「本命商品を継続購入してくれるような
質の高い優良顧客の方を集めるためにも
場の設計が重要です」

↓

●3回目 (3月4日の配布のレポートの内容)



フリスク 静かにライテ... · 2024/03/04 ...

1万1606字レポートを無料配布します

～集客労働地獄からの解放～

『文章での価値の生み出し方と
資産となる自動集客装置づくり』

※受け取り方法は最後に記載してます
インプやフォロワーを増やすため、
ファンを生み出すために... [さらに表示](#)

文章での 価値の生み出し方

マーケティング編

資産となる
自動集客装置づくり



✓コンテンツの2つの役割

✓総文字数11,000字以上

💬 81

🔄 42

❤️ 139

📊 1.2万



「前回 (1月22日) の配布企画では『場』の視点で
プロモーションや情報発信について語ったけど
具体的に何をすればいいのかを話します」

「資産となるような良質なコンテンツを作ることが
そもそも情報発信の主な仕事だよね。」

「そうしないと集客労働から脱却できないし
ビジネスとして積み上がっていかないよね。」

「～～をしてコンテンツ作れば商品作りながら
月収30万～90万売上作れるし、尚且つ
顧客データも溜まっていくよね。」

=====

…という流れになってます。

少し分かりにくかったかもですが、
なんとなく全体の流れは掴めましたでしょうか？

こんな感じで3つのレポート配布 (A～C) は、
読者さんの感想、声や反応を見て調整しつつ
“一連のシナリオ”を描きました。

アベンジャーズの映画みたいに一つ一つの
作品は単体で楽しめて、

かつ『**全体のコンセプト (シナリオ)**』
を統一させてます。

具体的に今回のコンセプトは以下の通りです。

「利益が一番取れる本命のバックエンド商品を
提供して満足度高めることでLTVが高まるし
口コミでお客さんを紹介してもらえるし、

新規集客のコスト下げられるからプラットフォーム
依存せずに5年、10年安定的に稼ぎ続けるための
ビジネスを構築できるけど、

じゃあそのためには情弱の人じゃなくて
行動力も思考力もある質の高い優良顧客の方を
集める必要あるし、

高単価のバックエンド商品を買ってくれるような
顧客データを集めながら集客から販売までの
再現性を高めていきたいけど、

でも例えばXとかで短文ポストだけ投稿とか
リプ周りとかの集客労働、作業労働をしたり
SNSに触ってるだけだと資産として何も
積み上がっていかないから、

コスパ良く無駄なくやっていくって考えた時に

しっかり理念や価値観を含んだ
バックエンド成約に繋がるような
良質なキラークンテンツを作って

企画をやれば実力証明できるし
認知も獲得できるしリスト獲得しながら
集客メディアとして育てていけるし、

そういう優良顧客の人に向けて作った
集客用の良質なコンテンツが何個もできれば
note、Brainとか有料教材、
有料講座とか商品として売れるし、

既存のコンサル生や生徒さんには指導用の
カリキュラム、学習用の教材として
渡してもいいだろうし、

最初からバックエンド成約に繋がるように
コンテンツ作るからフロントの教材を
買った人の中から一定数バックエンドが
購入してくれるから、

そういう前提でビジネス進めていけば
新規集客も既存のお客さんへの
満足度向上も同時にできるし、

無理にバズらせたり派手なことをして
認知取りにいかなくてもよくて
むしろそんな事をして短期的には伸びるけど
何も積み上がっていかずに遠回りだから、

SNSにいるその他大勢の人、なんか副業
やってる人に向けてじゃなくて自分が
一番長期的に関わっていきたい人、

自分が救いたいペルソナに“だけ”に
文章書いたりコンテンツ作っていくことで
中長期的に負けないビジネスが構築できますよね。」

…みたいなのが僕のコンセプトや
価値観の一部ですが、

ここからすべてのプレゼント配布企画 (A～C)
に“降ろす”からこそ、

違和感なく発信の一貫性が出せるんです。

そうやって僕みたいに全体のシナリオを
描くことで『**コンテキスト (文脈、背景)**』
が生まれて、

企画の一つ一つに“付加価値”がつきます。

2019年ミルクボーイは「コーンフレーク」を
ネタにM-1優勝して、その後コーンフレークが
超人気になって売れまくってましたが

今までずっと普通に売られていた
コーンフレークの価値が上がったということです。

あの『M-1で優勝したミルクボーイ』が
言ってたコーンフレーク、っていう感じで
価値が跳ね上がったんです。

これが『コンテキスト (文脈)』の威力です。

アベンジャーズも、ヒーロー達の背景とか
ストーリーとか知らずに観るよりも

キャプテン・アメリカの過去とか
スパイダーマンがどうして一緒に
戦ってるのかとかアイアンマンの軌跡とか

そういうのを知ってた方がより
作品の価値が上がって楽しく観れますよね。

結構前ですが2018年に公開された映画、
『名探偵コナン ゼロの執行人』は

メインキャラクターである『安室透』が
かっこよくて女性のファンに人気で
大ヒットを記録したらしいです。

これも普段コナンを観ていて
安室透の事を知っていたから
映画を観てみようと思ったって事です。



安室透の事を映画で初めて知ってファンになった人はコナンに興味がなくても(笑)、

“安室透が登場する映画” という文脈であれば他のコナンの映画も観てみよう、ってなってもおかしくないわけです。

これは(元々興味がなかった)コナンの作品に対しての価値が上がってますよね。

最初ワンピースに興味なかったけど、
チョッパーが好きだから漫画読み始めたら
いつのまにか映画観に行くようになった、
みたいな感じです。

僕のA～Cの配布企画の場合はさっきも
コンセプトを長く語りましたが要約すると

- ・ 口コミ紹介をもらうため、深く長期的な関係を
築くために優良顧客の方にだけ共感してもらい
ぶっ刺す文章を書き続ける

- ・ 作業労働ではなく資産として積み上がる
ビジネスを構築する

- ・ きちんとLTVを高める前提でファネル設計する

みたいな目指す世界、理想の未来を一貫して
打ち出し続けているので、

「じゃあその為のレポートを配布します」

「そのために必要な企画をやります」

とシナリオが描くことができ
コンテキストが生まれ“**価値創出**”ができるんです。

これが例えば

- ・ 情弱に一撃ドカンと売る戦略でいきましょう
- ・ 誰でもいいからフォロワーたくさん集めて
安いコンテンツを広く浅くいっぱい売ろう

みたいな状態を目指すとなるとビジネス的に合理的かどうか、マーケティング的に正解かどうかは置いておいて、背景、状況が変わりますよね。

もっと分かりやすく言うと、これって
僕のペルソナ (一番救いたい人) とは異なるので
価値の受け取り方も変わるってことです。

コンテキストづくり、文脈づくりは
自分の絶対的な世界観、絶対的なブランド構築
のために必要不可欠なもので

「こんななんぼあっても良いですからね」

って感じなんですけどまたここを詳細に語ろうとすると
長くなるのでまた別の機会にでもお伝えします。

今回語ったような視点で、シナリオの考え方で
他の方の無料プレゼントとかその他の企画を
見てみると分かると思いますが、

シナリオをまったく意識していなくて
何の文脈もなく、一連のストーリーもなく
単発の企画になってしまってる人ばかりです。

その場だけインプを稼げにいたり、
その瞬間だけ個別相談取りにいたり
商品売るだけ。

SNSにいるみんな、その他大勢の人、
なんとなくコンテンツ販売に興味ある人、
みたいに大衆に浅く広くウケそうな

『なんたらロードマップを公開します！』

『最新X運用テンプレートです！』

『なんとか記念配布企画です！7大特典付きです！』

みたいな、リライトをしたら誰でも
言えるような企画になるのは、

“流れ、シナリオ、連動性、流動性”の視点がないからです。

だからそもそも受け取ってもらえなかったり
その後発信も読まれなくなってインプも下がるんです。

基準値を高くあえて厳しいことを言うのであれば

「なんでそのタイミング？」

「あなたが出す意味は？理由は？」

「他の人じゃなくてあなたじゃないといけないの？」

って聞かれたときに

「あー、それはこういう背景があって僕は～～を
目指しててもそのために僕は～～を実践したから
僕が語る資格があるし、このタイミングじゃないと
ダメなんです」

…みたいにしっかり説明できないのであれば
そもそもあなたが企画をやる意味がないよね、
と言われても文句は言えないわけです。

じゃあ例えばプレゼント配布企画に
シナリオも文脈もこれまでの発信の流れも
反映されていません、となった時に

でも万インプを超えて参加人数も100人を超えて
フォロワーも増えて1万円のBrainが10本売れました。

すごく盛り上がったし月収10万円を達成しました、と。

でもその1万円のBrainがXからなのか
公式LINEからなのか直接Brainから買ってくれたのか
“流入経路”は分からないからPDCA回せないし、

Brain買ってくれた10人のうち一人も
個別相談に来てくれないから、

・なんでAさんでもBさんでもCさんでもなく
僕から買ってくれたのか？

・なんでビジネス始めたの？きっかけは？
どんなライフスタイル送りたいの？最終的な理想は？

・他にどんな人の情報収集してるの？
誰から学んでいるの？誰のコンサル受ける予定なの？

・ネットで集客したいの？オフラインでもいいの？
将来JVとかしたいの？

・行動できない理由は？どうしたら実践し続けられるの？

・どういうサービスがあったら嬉しい？
すぐに参加しようと思う？

…みたいな購入者の悩みとか目標とか欲してるものとか
“顧客情報”が何も把握できてません、ってなったら

**次に打つ施策、企画の内容が思いつかないのって
当たり前じゃないですか？**

っていう。

「いやいや引用RTで感想もらったし反応分かったよ」

って思うかもですが、

無料プレゼント企画で“商品を購入しない人”
の声や感想を1億個もらっても完全無意味、

ではないかもですがゆくゆくは本命の
バックエンド商品売る、

フロントの有料教材でいくつか販売しながら
売上が最大化するようにバックエンドの
販売導線の再現性を高めていく、

っていう方向性でそこを目的にしているのであれば
商品を購入しない人のデータ (感想、声) の
重要性って高くないよね、

っていうのは分かるかと思います。

だから購入者の情報も集まらないし
どこに集客のリソース割けばいいか分からないし、

次にどういうコンテンツ、商品作ればいいのか
分からないっていう事態になって

何もビジネスとして積み上がっていかなくなるんです。

「商品数を増やしましょう！」

「そしたら別の商品買ってくれます！」

なんて言われたりしますが確かに
間違っていないですが上記のような
長期的な視点が無かったら博打と一緒。

パチンコと同じです。

**それこそ勢いの力“でしか” 売れなかったら
終わりです。**

だって購入者のことを知らず、理解せず、
例えばどういう価値観や性格の人が
買ってくれたのかが分からないと

利益を取る為の本命商品/サービスの
成約率が上がるわけないですし、

**そういう高単価のバックエンド商品を買ってくれる
ような優良顧客の方に刺さる文章が書けるわけ
ないでしょ、**

っていう話で。

よくもう情報自体には価値がないっていう話になったときに

何を言うかより誰が言うかの方が大事って言われますが、そんな事ないです。

そんな事いったら実績ない人、初心者の人は原理的にずっと結果出せないことになります。

逆です。

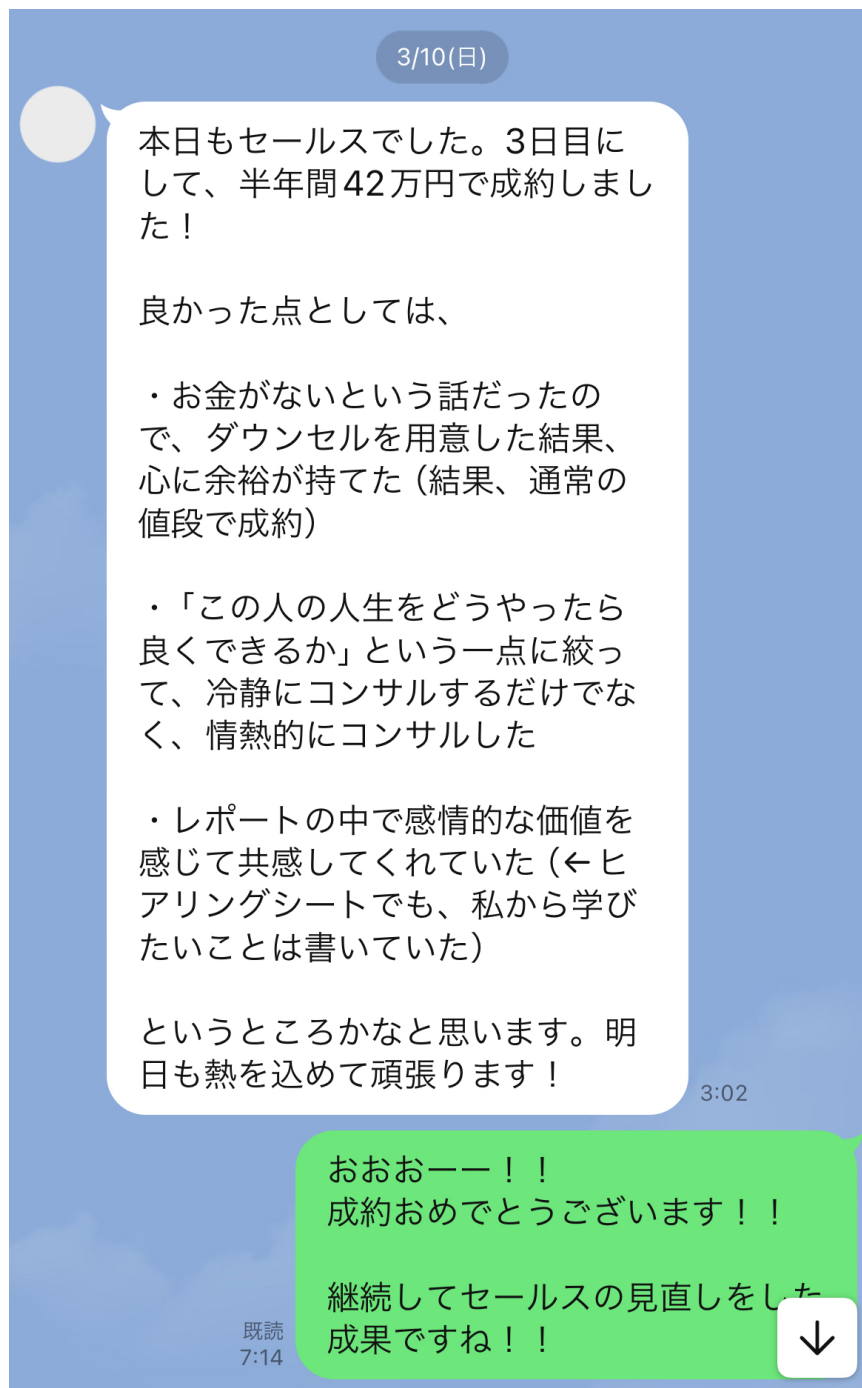
誰がいうかよりも何を言うかです。

さっき伝えたようにシナリオを描けば
“**何 (内容、情報)**” に価値が生まれます。

するとだんだん『誰』の方にフォーカスが当たるようになります。

そうやって発信者に対しての情報密度
(背景、ストーリー、文脈)が濃くなり
影響力が上がっていくので。

あとは企画を実施した後、どう振り返って改善すればいいかわからない人多いと思うのでそこを説明していきます。



少し前に僕の生徒さんで『半年42万円』のサービス成約した方がいるのでこの方を例に解説します。

恋愛ジャンルの方で主な集客先はYouTube。

マッチングアプリに関する

『無料個別相談企画』を
メルマガ内で実施して、

無料相談会の申込数：9人

無料相談実施数：6

成約数：2

(バックエンドとダウンセル商品)

という結果となりました。

今回の企画の所感、次の動きを
決める為に生徒さんと個別コンサル
していた際に感想とか聞いたら

・バックエンド成約した人は
ペルソナに近い人だった

・元々メルマガをずっと見ていて、
企画開始後に配布したキラーコンテンツ
での感情的価値の部分が刺さって共感した
とセールス時に言っていた。

との事。

フリスク「相手が共感した感情的価値ってというのは具体的にどんな感じですか？」

生徒さん「僕の過去の友達の話とかコンプレックス系ですね。」

フリスク「なるほどです！」

フリスク「じゃあその友達の話とかコンプレックス系が刺さったのなら、そのストーリーをメルマガで定期的に配信したり、手前のYouTubeの部分でその話をすれば

バックエンド成約する確率もっと上がりそうですね。し
ペルソナに近い人集めれそうですね。」

フリスク「Xを始めるときもその話を長文ポストで何回も繰り返すとか、Xでリスト取るときはその話を軸にしたキラコンをメルマガ登録時のプレゼントにすると良さそうですね」

みたいにアドバイスさせて頂きました。

あとは今回、半年42万円で成約したペルソナに近い人は婚活アプリを使っていたらしく、

経験人数100人目指すとか男磨きの為にストリートナンパをごりごりやるとかたくさんの女の子と遊びたいっていうよりも

『最愛の人を彼女にしてゆくゆくは結婚したい』

みたいな人だったらしいんですよね。

で、過去にもそういう人が反応良かった点と既存のコンサル生が5人ほどいる点を踏まえて以下のような提案をしました。

フリスク「次の個別相談を取る施策として、オプチャとか使って無料コミュニティやってもいいかもですね」

フリスク「例えば婚活も視野に入れてる人をメインに1ヶ月だけコミュニティやって、

期間終了後に1ヶ月間の感想と今後の取り組みについて個別にFBする機会作れば問い合わせ取れますね」

フリスク「オープンチャット使うんだったら
チャット形式で価値提供しても一時的なものになって
ストックしにくって考えた時に、

例えばPDFとか音声とかメルマガ講座提供して
配るとかすれば同時にコンテンツも貯まっていくので
一過性の企画にならずに資産として残せますね。」

フリスク「コミュニティで作ったコンテンツは
売ろうと思えばまとめて数百円とかでも後から
売れるし何かの特典としても使えますし、

参加者限定のメルマガ講座を配信するんだったら
それをXのポストにも使えるので0から
長文ポスト作る手間省けますね」

フリスク「既存のコンサル生の人って5人ぐらい
いますよね？であれば、そのコミュニティに
既存のコンサル生の方にも参加してもらえば

価値提供できて満足度上がりそうですし
盛り上がり感も出るし、新規でコミュニティに
参加した人は〇〇さんのコンサル生の様子とか
知れて透明性出せて意味重なりますね」

フリスク「コンサル生限定の学習用サイト、
カリキュラム教材として格納していてもいいですし」

…というような提案です。

ここから超重要な話になるんですが

コンサル生用の教材作りたいけど
次月の売上作するために個別相談も
取らないといけないし、

その為の企画考えたりプロモーションの内容
決めないといけないしフロント用の
有料コンテンツも用意する必要あるし

商品買ってもらったり企画に参加してもらう為に
メルマガで定期的に配信しないといけないし

そもそも新規集客したりリスト獲得するために
SNS更新しないといけない！

っていう人がほとんどですが、

1日に使える時間とかリソースは限られているので

新規集客 (リスト獲得や問い合わせを取る企画など)
と

既存顧客への価値提供 (生徒、読者さんなど)

を“どうやったら同時にできるか？”

どういう施策を打てば

レバレッジ効かせて両方を一気に満たせられるか？

っていうのを頭ちぎれるぐらい
徹底して考えるべきです。

具体的にいうとその施策、その1つの行動だけで

==

リストも取れるし

個別相談も獲得できるし

集客用の有料コンテンツも完成するし

メルマガ読者さんが現状どこで躓いてるのか分かるし

フロント企画に参加した人への値提供もできるし

既存のコンサル生、生徒さんの満足度も上がるし

学習用教材も完成される。

==

ように実行するっていう事です。

僕の恋愛ジャンルの生徒さんの今回の例だと
その1手が『無料コミュニティ』だと複数の
意味が重なってレバレッジ効く、みたいな。

**1つの施策で意味が何個も重なったり
1つの意思決定で複数の利益が得るようにすることで
他の人より爆速でビジネス進められます。**

『一石二鳥』って言葉ありますが、

一石が四鳥、五鳥、十鳥になるような選択を
取れるかどうかで結果出すスピードは
数倍以上変わります。

あとセールスって売るのが目的じゃなく、

こうやってヒアリングする中で次の動き、施策に
反映させたりそこから得られた情報をもとに
改善していくっていうのも重要な役割です。

だから僕が何回も何回もしつこく言ってる、

『集客から販売までの再現性』

が上がっていくんですよ。

バックエンド成約するような人を
中心に狙って集めるから
少しずつ集客の再現性もクロージングの
成功確率も上がっていきます。

企画をやって

「無料相談5人取れました！」

「商品売れました！」

と結果見て喜んで終わりじゃなくて、

そこからどう集客、販売に活かすかを
考えないから収益がまったく安定しく
なりません。

そうやって企画に参加した人や成約した人の情報、データを企画を発信に活かす、セールスをマーケティングに活かす、っていう視点で取り組まないと

- ・どんな人に向けて文章書けばぶっ刺さるか？
- ・どういう企画を繰り返せば成功確率上がるか？
- ・どういうコンテンツを作ればCTAが通るか？ぶっ刺さるか？

っていうのは一生分からないです。

これもまた話すと長くなりますが、

自分が手を動かして得られた情報、実践したデータをもとに次の施策、動きを練っていくのが基本です。

「今の時代はVSL (ビデオセールスレター) が一番成約率いいですよ！」

「おさるさんみたいなウェビナーセールスが売上最大化します！」

「低単価の商品を売ったあとに高単価商品を買ったり
たくさん商品を用意しないとLTVは上がりません！」

とか色んな人が色んなこと言いますが、

そんなものは集客先、コンセプト、ペルソナによって
変わるに決まってるので

自分の実践して得られた結果とか
データ、数字で判断して意思決定していくべき。

SNSを見て格上の実績とか情報を見たりして
ダメージ喰らう人増えてますが
必要以上にインプットなんてする必要ないです。

しなくていいです。

情報を仕入れすぎるから選択肢に迷って
行動できなくなるんですよ。

自分が手を動かしたり試行錯誤して
得た情報、気づき、データこそが財産ですし
資産になります。

実践こそが最高のインプットです。

【48時間限定】特典が4点あります

ここまでご覧いただきありがとうございました。

- ・無料プレゼント配布企画を連続成功させる為に必要な“シナリオの描き方”
- ・『絶対的なブランド構築』に必要な施策
- ・“単発の企画”が盛り上がっても積み上がらない根本的な理由
- ・企画後の結果からの次の施策の決め方、何倍ものレバレッジが効く意思決定の仕方

について解説しましたが
いかがでしたでしょうか。

今回のコンテンツの
“感想を書いた方限定”で
特典をプレゼントいたします。

「具体的に公式LINEを使って行動を促し、
成約率を上げる施策」

「企画からバックエンド販売の
成約率を高めていく具体的な戦略」

などを解説した
コンテンツを3つ用意しました。

※僕が講師を勤める年商1億円スクールで
販売している有料会員サイトの中身の一部です。

特典①：

**【動画】キラーコンテンツで毎月7桁の売上を
安定して叩き出す公式LINE活用講義**

特典②：

**【動画】企画や商品販売導線における
再現性の高め方について**

特典③：

**【動画】全ての企画・商品のアイデア理想を
構築する商品作りワーク**

『キラーコンテンツで毎月7桁の売上を 安定して叩き出す為の公式LINE活用講義』

はじめに

<ケース①> アポ単価=売上/問い合わせ数

・アポ単価10万円の場合：5件アポで月50万円の期待値

5アポして2件成約（月額2〜3万/年間24〜36万円が2件）

例：月額2万が1件、月額3万円が1件で合計60万円の売上見込み

・リスト単価 10リストで2人アポ

→アポ単価10万×2アポ=20万円

1リスト当たり20000円（20万円÷10リスト）

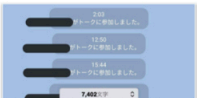
P.S. 参加者の方が続々と集まっています

先日配布したレポートの最終で
「レポート活用コミュニティ」を募集しました。

価値観合わない人は来ないようにスクリーニングしましたが、
それでも予想より多くの方に参加してもらっています。

コミュニティの詳細は、先日配布したレポートの最後の部
分をご覧ください。

>>「7日で作ったレポートで30万〜50万の独自商品を安定
して売り続ける方法」



※7月26日（火）の23時59分に、参加を締め切ります。

参加希望の方は、以下の手順に沿ってご参加ください。

【コミュニティへの参加手順】

①「参加希望」と以下のLINEに送信

>>[コチラ](#)

② 自動返信で送られるフォームに入力

③ オープンチャットと専用LINEのリンクをお渡しします

■プロモーション終了後

・最終結果（累計）

LINE配信数：443

レポート受け取り数：131

コミュニティ参加希望者数：42

コミュニティ参加者：26

通話希望者：16

全ての企画・商品のアイデア(理想)を構築する 商品作りワーク

- ・コンセプトが反映されている形に落とし込むことが大事
- ・理想の商品を設定した上で現実的な商品を考えていく
- ・商品にオリジナリティーがなくなる原因とは？
- ・適切な商品の設定について
- ・フロントエンドからバックエンドへの導線について
- ・オーディエンスファーストの視点が大事
- ・リピートに繋がる商品作りの大前提

0:00 / 18:26



全ての企画・商品のアイデア理想を構築する商品作りワーク

⇒ 限定公開

企画や商品販売導線における 再現性の高め方について

- ・ 型ができれば第2、第3の企画をつくる時に楽になる
- ・ 自分の中での再現性を上げていく
- ・ 自分の軸となるような企画、仕組みを作っていく
- ・ 5→10フェーズでの大事な視点
- ・ 何回も通った導線は絶対に捨てるべきではない
- ・ 商品の中にもシナリオを入れることが必要
- ・ 普段から上質な情報に触れておくことが大事

影響力もフォロワーも少ない弱小アカウントが
高額商品を売る上で、どうやって企画の
参加者を最大化させるのか？

価値観や理想の未来に共感する人達を集めて
良質なサービス提供し、長期的な関係を築きながら、
LTVが上がり続けるDRMのファネルを構築する。

っていう所を目指した上で

- ・ 成約率を2倍にする3つの行動喚起
- ・ 口コミ無しで600万以上を売り上げ、
成約率40%超えした戦略や裏側

などを公開してます。

総再生時間は2時間超えです。

特典④：スポットコンサル (60分)

そして特典の4つ目が僕と個別の
Zoomコンサルになります。
(普段は1回3万円)

集客から企画を打ち出し、バックエンドを1本販売
するまでに必要なことをすべて個別に
お伝えします。

- ・アカウント設計
- ・コンテンツ作成
- ・ライティングの添削
- ・プロモーション
- ・仕組み化、ファネル構築

などの相談でもいいですし。
0→1フェイズの方もOKです。

→指導実績は[こちら](#)から見れます。

【まとめ】特典で得られるもの

というわけでまとめると、
今回の特典は以下の4点です。

特典①：

【動画】キラーコンテンツで毎月7桁の売上を
安定して叩き出す公式LINE活用講義

特典②：

【動画】企画や商品販売導線における
再現性の高め方について

特典③：

【動画】全ての企画・商品のアイデア理想を
構築する商品作りワーク

特典④：

スポットコンサル (Zoomで60分)

特典の受け取り手順は、以下になります。

【特典の受取方法】

① 以下のフォームへ感想を入力。

→<https://if.frisk01.com/r/3zvwdXEql0F6/register>

(雑な感想の場合はお渡しできない場合があります)

② 自動返信ですぐにお渡しします。

※スポットコンサル希望の方は
“LINE” に連絡さしあげます。

特典は「48時間限定」となります。

それでは最後まで読んでいただき
ありがとうございました！